

ABSTRACT

The current development of aesthetic business has been marked by high competition due to the growing number of similar products from abroad which penetrate the domestic market. The high level of the competition has required all companies to have a competitive advantage and marketing strategies in order to win the competition. Companies must be observant, clever and carefully create new strategic policies in selling their products and services in relation to encounter high competition with competitors. Therefore the correct strategy is needed to obtain customers and can create customer loyalty and their loyalty to the company. There is no doubt about the importance of customer loyalty in marketing. Loyalty can be formed, one of the ways can be carried out by advertising, product quality and image. This research is aimed to find out the influence of advertising, brand image and product quality to the customer loyalty. The population is all customers who have ever used beautiful skincare products and the samples have been done by using accidental sampling technique and the total samples are 100 people. The analysis technique has been done by using multiple regression analysis. The result of the test shows that advertising, brand image and product quality have an influence to the customer loyalty in using Cantik Skin Care products. This condition indicates that the fluctuation of the customer loyalty level is determined by how good the advertising, brand image and quality of the products which have been offered by the company. The result of the test shows that advertising, brand image and product quality each of them has significant and positive influence to the customer loyalty. To maintain the customer loyalty companies need to improve the brand image of the products they have offered, through the promotion and the improvement of product quality and the use in order to be better when it is compared to other products.

Keywords: Advertising, brand image, product quality and consumer loyalty.

ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha bisnis kecantikan pada dewasa ini telah diwarnai oleh persaingan semakin ketat yang disebabkan semakin banyaknya produk sejenis dari luar negeri yang memasuki pasar domestik. Tingginya tingkat persaingan, memaksa perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif dan strategi pemasaran agar mampu memenangkan persaingan. Perusahaan harus jeli, pintar dan cermat membuat kebijakan- kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan *competitor*. Oleh karena itu diperlukan strategi yang jitu untuk memperebutkan konsumen serta dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Pentingnya loyalitas pelanggan dalam pemasaran tidak diragukan lagi. Loyalitas dapat dibentuk, salah satunya melalui iklan, kualitas produk dan citra. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan, citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang menggunakan produk cantik skin care dengan teknik pengambilan sampel *sampling aksidental*, dan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Adapun Teknik analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda. Hasil pengujian menunjukkan iklan, citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan produk Cantik Skin Care. Kondisi ini mencerminkan bahwa naik turunnya tingkat loyalitas konsumen sangat ditentukan oleh seberapa baik iklan, citra merek serta kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Hasil pengujian juga menunjukkan variabel iklan, citra merek dan kualitas produk masing-masing mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Untuk menjaga loyalitas konsumen perusahaan perlu meningkatkan citra merek atas produk di tawarkan, melalui promosi serta peningkatkan kualitas produk dan kegunaan agar lebih baik di bandingkan dengan produk yang lain.

Kata Kunci : iklan, citra merek serta kualitas produk dan loyalitas konsumen